



KP-I.272.56.2022

Olsztyn, 16 maja 2022 r.

Szczegółowy Opis Przedmiotu Zamówienia

Przedmiotem zamówienia jest: przeprowadzenie kampanii informacyjno-promocyjnej Festiwalu Promocji Gospodarczej Warmii i Mazur oraz Konkursu PRO Warmia i Mazury (dalej: Konkurs).

I. Założenia

1. Głównym celami kampanii jest dotarcie do jak największej liczby adresatów Konkursu i mieszkańców Warmii i Mazur z informacjami o projektach nagrodzonych w 10 edycji Konkursu. Konkurs ma inspirować, upowszechniać dobre praktyki, promować działania zwiększające atrakcyjność turystyczną i gospodarczą regionu oraz poprawiające jakość życia i integrujące jego mieszkańców. W pierwszym tygodniu kampanii (do chwili ogłoszenia wyników (20 października) promowana będzie idea konkursu, podsyćcane będzie zainteresowanie jego wynikami, w kolejnych tygodniach promowane będą 4 nagrodzone projekty.
2. Grupy docelowe kampanii:
 - a) uczestnicy Konkursu – podmioty realizujące projekty promocyjne tj.: urzędy miast, gmin i powiatów z terenu województwa warmińsko-mazurskiego, oraz ich jednostki, instytucje otoczenia biznesu i naukowe, działające w województwie warmińsko-mazurskim: wśród nich m.in.: inkubatory przedsiębiorczości, parki naukowo-technologiczne, specjalne strefy ekonomiczne, agencje rozwoju regionalnego, izby i centra gospodarcze, biura obsługi inwestorów, uczelnie wyższe, instytuty naukowe, klastry.
 - b) mieszkańcy województwa warmińsko-mazurskiego, osoby w wieku 20-65 lat, płeć: kobiety i mężczyźni, zainteresowania użytkowników np. gospodarka regionalna, biznes, reklama, imprezy, turystyka, wydarzenia regionalne.
3. Czas trwania kampanii:
w terminie od 13 października (czwartek) – 18 listopada (piątek) 2022 roku.
4. Wykonawca zobowiązany jest do:
 - a) opracowania koncepcji kampanii, w tym zaprojektowania narzędzi niezbędnych do jej przeprowadzenia;
 - b) przeprowadzenia działań, w tym digital i osiągnięcia założonych wskaźników zgodnie z tabelą nr 4;
 - c) nagrania 4 minireportaży;
 - d) przygotowania treści 4 postów dotyczących laureatów Konkursu, które zostaną udostępnione na Facebooku przez Zamawiającego;
 - e) opracowania raportu końcowego (pokampanijnego).

II. Realizacja:

1. Wykonawca w ciągu 1 dnia roboczego od dnia podpisania umowy otrzyma od Zamawiającego dane zwycięskich projektów i ich organizatorów.
2. Wykonawca przygotuje i przekaże, w ciągu 5 dni roboczych od dnia zawarcia umowy, do akceptacji Zamawiającego koncepcję kampanii wraz z harmonogramem działań i media planem kampanii.
3. Zaplanowane w kampanii działania w Internecie przebiegać będą zgodnie z tabelą nr 4.

Do zadań Wykonawcy będzie należało:

1) Przeprowadzenie **kampanii display – promującej projekty nagrodzone w konkursie.**

Do zadań Wykonawcy będzie należało:

- a) Wykonawca przeprowadzi kampanię display w sieci GDN z użyciem banerów w formacie 300x250 px, 160x600 px. Zamawiający dopuszcza prowadzenie kampanii z jeszcze jednym dodatkowym uzgodnionym formatem.
- b) Wykonawca zaprojektuje bannery internetowe/reklamy do realizacji kampanii display.
- c) Wykonawca zaproponuje wykaz witryn do akceptacji Zamawiającego.
- d) Wykorzystane w kampanii reklamy/banery będą przekierowywały na stronę Festiwalu (<https://festiwal.warmia.mazury.pl/>).

2) Realizacja – produkcja **4 minireportaży**

Do zadań Wykonawcy będzie należało:

- a) przygotowanie (we współpracy z realizatorami nagrodzonych projektów w miejscowościach ich siedzib lub w miejscach realizacji projektów lub w innym zaakceptowanym przez Zamawiającego miejscu na terenie województwa warmińsko-mazurskiego) i montaż łącznie 4 różnych minireportaży dotyczących nagrodzonych w Konkursie projektów promocyjnych. Wykonawca wykona usługę na terenie województwa warmińsko-mazurskiego,
- b) każdy z minireportaży trwać będzie nie krócej niż 60 sekund, nie dłużej niż 90 sekund,
- c) minireportaże będą emocjonalnie angażowały odbiorcę, mówiły „językiem korzyści”, pokażą profity płynące z realizacji projektów promocyjnych przez pryzmat życia/zmian. Jeśli to będzie możliwe video zostaną nagrane i zmontowane w oparciu o koncepcję *storytelling* i pokażą korzyści płynące z projektu przez pryzmat zmian:
Przykłady podobnej produkcji:
 - https://www.youtube.com/watch?v=0GLEnS_gxLY
 - <https://www.youtube.com/watch?v=j-rJRmVZDyA>
 - <https://www.youtube.com/watch?v=jx5je8cY79k>
- d) Wykonawca po przeprowadzeniu tzw. dokumentacji każdego z 4 projektów przedstawi Zamawiającemu do akceptacji scenariusz każdego z 4 minireportaży. Scenariusz będzie zawierał, m.in. koncepcję realizacji materiału video, opisy scen, komentarze z off'u (Zamawiający oczekuje zredukowania udziału lektora do niezbędnego minimum, tj. jedynie w sytuacjach, gdy zachodzi konieczność powiedzenia czegoś, czego nie powiedział bohater). Wykonawca ma obowiązek uwzględnić w scenariuszu zmiany zasugerowane przez Zamawiającego. Materiał audio-video powstanie na podstawie scenariusza zaakceptowanego przez Zamawiającego.
- e) montaż materiałów uwzględnić będzie, m.in.:
 - wspólne i spójne graficznie komponenty początkowe (czołówka) i końcowe (tyłówka) we wszystkich minireportażach,
 - umieszczenie belek z podpisami imion, nazwisk i pełnionych funkcji – w przypadku wypowiedzi osób utrwalonych w minireportażach,
 - licencjonowane podkłady muzyczne,
 - transkrypcje minireportaży na potrzeby widzów niesłyszących i słabosłyszących,
 - kołaudacje materiałów z możliwością wprowadzenia zmian przez Zamawiającego.

- f) Wykonawca zapewni odpowiednie formaty emisyjne w formie plików dostarczonych do siedziby Zamawiającego na oznakowanej płycie DVD, pliki w jakości FULL HD – przygotowane w formatach umożliwiającym udostępnienie w serwisach społecznościowych.
- g) Wykonawca wykona i dostarczy Zamawiającemu wszystkie 4 minireportaże w najpóźniej do 30 września 2022 r.
- h) Zamawiający zastrzega sobie prawo do wnoszenia uwag i sugestii (drogą e-mail) dotyczących ww. minireportaży w terminie 7 dni kalendarzowych od dnia otrzymania od Wykonawcy każdego z minireportaży, Wykonawca ma max. do 7 dni kalendarzowych od dnia otrzymania ww. uwag i sugestii na ich uwzględnienie, a następnie ponowne przesłanie do akceptacji Zamawiającego – ten etap zakończy się uzyskaniem ostatecznej akceptacji.
- i) Premiera minireportaży będzie miała miejsce na 11 Festiwalu Promocji Gospodarczej Warmii i Mazur w dniu 21 października, podczas którego nastąpi ogłoszenie wyników Konkursu.

Tabela nr 4

Wskaźniki konwersji dla działań w Internecie				
L.p.	Nazwa działania promującego	Liczba akcji	Nazwa wskaźnika konwersji	Minimalne wartości wskaźników
1	Działania display promujące projekty nagrodzone w Konkursie	Banery internetowe	Odślonny landing page (https://festiwal.warmia.mazury.pl/)	10 000
			Nowi użytkownicy	5 000
			Średni czas trwania sesji	30 s.

III. Obowiązki Wykonawcy:

Działania w Internecie – warunki:

- 1) działania reklamowe digital muszą być prowadzone za pośrednictwem kont reklamowych Zamawiającego połączonych z internetowym narzędziem do analizy statystycznej, do którego na czas realizacji kampanii zostanie udzielony dostęp wybranemu Wykonawcy,
- 2) każde działanie reklamowe musi być przez Wykonawcę otagowane automatycznie, a jeśli to nie będzie możliwe, otagowane ręcznie za pomocą parametrów UTM, zgodnie z zasadami przyjętymi przez Zamawiającego po uzyskaniu uprzedniej akceptacji Zamawiającego,
- 3) działania digital muszą być geotargetowane na województwo warmińsko-mazurskie,
- 4) materiały tekstowe i graficzne muszą zawierać wezwanie do działania call to action i zawierać niezbędne oznakowanie zgodne z zasadami z Księgi Identyfikacji Wizualnej Województwa Warmińsko-Mazurskiego, które są dostępne pod linkiem: <https://warmia.mazury.pl/turystyka-i-promocja/promocja-regionu/system-identyfikacji-wizualnej>
- 5) reklamowe materiały graficzne muszą opierać się na oryginalnych grafikach lub zdjęciach i być zgodne z WCAG 2.1,
- 6) reklamowe materiały graficzne muszą spełniać wymogi dostępności dla osób z niepełnosprawnościami: nie mogą posiadać poruszających się tekstów, agresywnych i szybko animowanych grafik,

- 7) banery dla użytkowników Internetu muszą być widoczne w momencie wejścia na stronę internetową, bez konieczności przewijania strony w dół (viewability),
- 8) niedopuszczalne jest stosowanie reklam w postaci wyskakujących okienek/banerów reklamowych typu pop-up i reklam, których mały format uniemożliwia czytelne umieszczenie treści,
- 9) działania reklamowe w Internecie linkować będą do landing pages wskazanych przez Zamawiającego (<https://festiwal.warmia.mazury.pl/>),
- 10) stan wyjściowy (wielkość bazową), od którego będą naliczane wskaźniki Zamawiający ustali z Wykonawcą przed rozpoczęciem działań kampanijnych.

Wymagania dotyczące raportowania:

1. Po zakończeniu zadania Wykonawca przygotuje raport z realizacji zadania. Raport musi zawierać co najmniej: opis zrealizowanych działań w ramach kampanii, w tym: zdjęcia bannerów internetowych/reklam, adresy stron internetowych, daty publikacji/emisji, zrzuty (screeny) stron internetowych (po jednym z każdej), na których musi być widoczny baner internetowy/reklama, informacje nt. osiągniętych wskaźników.
2. Wraz z raportem Wykonawca przedstawi Zamawiającemu podsumowanie wszystkich działań zrealizowanych w toku kampanii z analizą ich efektywności. Elementem składowym raportu będą, przekazane Zamawiającemu na nośnikach elektronicznych, wszystkie powstałe w trakcie realizacji kampanii utwory oraz metryki tych utworów, do których Wykonawca przeniesie na Zamawiającego majątkowe prawa autorskie, prawa pokrewne oraz prawa zależne do wszystkich treści powstałych w wyniku realizacji przedmiotu umowy bez ograniczeń i na wszystkich polach eksploatacji. Raport musi zawierać również rekomendacje na przyszłość. Raport musi zostać dostarczony w wersji papierowej (podpisany przez Wykonawcę) i elektronicznej na dowolnym nośniku typu pendrive/płyta CD lub DVD w formacie umożliwiającym edycję.
3. Wykonawca przekaze Zamawiającemu wszelkie materiały produkcyjne powstałe w trakcie realizacji umowy (materiały tekstowe, graficzne etc.). Przekazane nośniki muszą zawierać pliki w wersjach umożliwiających ich późniejszą edycję i emisję.
4. Akceptacja raportu będzie podstawą do wystawienia protokołu zdawczo-odbiorczego.

Inne:

1. Spełnienie obowiązków i wymogów formalnych wynikających z RODO leży po stronie Wykonawcy.
2. Wszystkie działania podejmowane przez Wykonawcę w ramach realizacji kampanii (projekty graficzne, treści, reklamy internetowe, etc.) przed rozpoczęciem produkcji lub/i emisji wymagają konsultacji oraz akceptacji Zamawiającego. W przypadku uwag Zamawiającego do materiału, Wykonawca jest zobowiązany do ich uwzględnienia i przedłożenia ich ponownie, aż do uzyskania ostatecznej akceptacji.
3. Już w trakcie realizacji zamówienia Zamawiający będzie miał prawo wykorzystywania wszystkich powstałych w ramach zadań utworów i będzie mu przysługiwała pełnia praw z tego tytułu.